

网络营销与策划试题

课程代码:00908

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

- 下列不会造成邮件列表订户减少的是
A. 用户数量过多
B. 邮件占用空间太大
C. 采用附件形式的邮件
D. 内容对订户不再有价值
- 全线全面型网上产品组合策略又被称为
A. 产品延伸组合策略
B. 缩减产品组合策略
C. 产品提升组合策略
D. 扩大产品组合策略
- 网络营销客体是指开展网络营销活动的
A. 个人
B. 组织
C. 媒体
D. 标的物
- 适合利用网上间接销售渠道交易的产品是
A. 标准化产品
B. 生活资料
C. 大宗产品
D. 生产资料
- 用以表示组织类型为教育机构的 Internet 最高级域编码为
A. COM
B. ORG
C. EDU
D. GOV

14. 电子中间商与传统中间商的区别包括
- A. 交易主体不同
 - B. 交易商品不同
 - C. 交易方式不同
 - D. 交易内容不同
 - E. 交易效率不同
15. 完善的网上营销渠道具有的功能包括
- A. 网上产品设计
 - B. 网上订货功能
 - C. 网上结算功能
 - D. 网上配送功能
 - E. 网上生产功能
16. 网上免费产品的特性包括
- A. 有形化
 - B. 易于数字化
 - C. 制造成本高
 - D. 降低品牌形象
 - E. 间接收益明显
17. 网上促销组合包括
- A. 网络广告
 - B. 站点推广
 - C. 人员推销
 - D. 网上关系营销
 - E. 网上销售促进
18. 网上公关营销的做法包括
- A. 开展会员制营销
 - B. 及时发布新闻
 - C. 实施个性化营销
 - D. 宣传和推广产品
 - E. 建立网上沟通渠道
19. 按照调查采用的技术不同，网上直接调查方法可分为
- A. 站点法
 - B. 随机 IP 法
 - C. 电子邮件法
 - D. 视频会议法
 - E. 网上被动调查法
20. 网站流量统计与分析对网络营销的作用包括
- A. 辅助制定价格策略
 - B. 了解用户访问网站的行为
 - C. 进行网络营销诊断
 - D. 及时掌握网站推广的效果
 - E. 为制定和修正网络营销策略提供依据

非选择题部分

注意事项：

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、名词解释题(本大题共5小题,每小题4分,共20分)

21. 网络营销
22. 网上营销渠道
23. 网上价格策略
24. 网络营销宏观环境
25. 密集性营销策略

四、简答题(本大题共3小题,每小题5分,共15分)

26. 简述网络营销与传统营销的不同点。
27. 简述影响网络消费者购买的主要因素。
28. 简述网络广告的主要特点。

五、论述题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)

29. 试述网络营销管理的具体职能。
30. 试述网上市场调查的主要优势。

六、案例分析题(本题15分)

31. 易保公司是一家代理销售多家保险公司保险产品的传统经纪公司。由于受到网上保险的冲击,近几年公司的经营业绩逐年下降。公司管理层对网上保险进行了深入地调研,了解到网上保险可以有效地克服传统营销模式的弊端,使投保人由原来的被动接受保险变为主动寻求保险。于是,该公司建立了“易保网”开展保险产品的网络营销。易保网提供保险产品报价信息,允许客户比较多家不同保险公司的保单条款、保费等信息,支持在线完成保险产品的购买交易。易保网提供的服务栏目包括:保险产品分类、保险产品牌、产品排行、理赔无忧等。易保公司非常重视网络广告这一推广方式,主要在自己网站发布网络广告,还通过公司微博和微信这两种途径进行宣传。为了掌握网站被访问情况,易保公司在自己的网站服务器安装了流量统计分析软件,进行网站流量统计,其统计指标仅有独立用户数量、总用户数量、网页浏览数量等网站流量类指标。

请结合案例,完成以下三项工作任务:

- (1) 易保公司除了在自己网站发布广告外,还可以利用哪些方式发布公司的网络广告?(6分)
- (2) 易保公司选用的网站流量统计指标是否充分?如果充分,请说明原因;如果不充分,请补充并说明。(5分)
- (3) 适合易保网的收入来源有哪些?(4分)